

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації
Державний біотехнологічний університет,
Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
Харківська торгово-промислова палата
Краківський економічний університет (Польща)
Резекненська академія технологій (Латвія)
Варшавський університет наук про життя (Польща)
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджан)
Стамбульський університет Айдин (Туреччина)
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Сумський національний аграрний університет
Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний
університет»
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр
Міністерства внутрішніх справ України



**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей
III Міжнародної науково-практичної конференції**

5 листопада 2024 р.

Харків

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації
Державний біотехнологічний університет,
Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
Харківська торгово-промислова палата
Краківський економічний університет (Польща)
Резекненська академія технологій (Латвія)
Варшавський університет наук про життя (Польща)
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджан)
Стамбульський університет Айдин (Туреччина)
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Сумський національний аграрний університет
Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний
університет»
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр
Міністерства внутрішніх справ України

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей
III Міжнародної науково-практичної конференції**

5 листопада 2024 р.

Харків
ДБТУ
2024

УДК [338.4+339](082)

А 43

Організаційний комітет:

Голова оргкомітету: *Михайлов В.М.*, д.т.н., проф.

Заступники голови: *Пенкіна Н.М.*, к.т.н., доц.; *Одарченко Д.М.*, д.т.н., проф.; *Савицька Н.Л.*, д.е.н., проф.; *Омельченко Г.Ю.*, к.е.н., доц.

Члени оргкомітету: *Сорокіна С.В.*, к.т.н., доц.; *Пахуча Е.В.*, к.е.н., доц.; *Хлопоніна-Гнатенко О.І.*, к.е.н., доц.; *Худавердієва В.А.*, к.е.н., доц.; *Полупан В.В.*, к.т.н., доц.; *Татар Л.В.*, к.т.н., доц.; *Карбівнича Т.В.*, к.т.н., доц.

Міжнародний науковий комітет: *Jan W. Wiktor*, Prof. Dr. Hab.; *Agata Malak-Rawlikowska*, Prof. Dr. Hab.; *Iluta Arbidane*, Dr. Oec.; *Esma Tezcan*, Assist. Prof. Dr.; *Насібов Афіг Джаваншіроғли*, PhD of Economic, Assoc. Prof.; *Anzor Devadze*, Cand. of Economic Sciences, Prof.; *Діана Райко*, д-р екон. наук, проф.; *Маргарита Лишенко*, д-р екон. наук, проф.; *Наталія Габчак*, канд. геогр. наук, доц.; *Інна Шурдук*, канд. техн. наук.

Конференцію включено до Переліку міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених у 2024 році згідно з листом ІМЗО МОН України від 04.01.2024 № 21/08-7 «Про Перелік міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених у 2024 році».

А43 **Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс]:** тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2024. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

Збірник містить тези доповідей, у яких розглянуто проблеми методології та практики маркетингу та менеджменту підприємницької діяльності, індустрії туризму та готельно-ресторанного бізнесу, перспективи застосування сучасних інформаційних систем управління підприємствами і напрями вдосконалення експертних механізмів збалансованого розвитку України в умовах глобалізаційних викликів інформаційної економіки.

УДК [338.4+339](082)

Видається в авторській редакції

© Державний біотехнологічний університет, 2024

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Jan W. Wiktor. Стандарти безпечного продукту на ринку Європейського Союзу та виклики для експортерів харчових продуктів	20
Лилик І.В., Савицька Н.Л. Стратегічні вектори гармонізації українських та європейських практик регулювання маркетингу харчових продуктів і напоїв	23
Гвоздецька Т.М. Шляхи подолання практик маніпулятивної реклами на ринку харчових продуктів і напоїв	26
Шурдук І.В. Особливості проведення судових товарознавчих експертиз під час дослідження товарів, що є предметами тендерних закупівель	28
Кухарчук А.М. Управління розвитком туристичної агенції в умовах кризи	30
Божидай І.І. Актуалізація стратегічного управління в діяльності агропромислових підприємств	31
Тимощук О.О., Кухарчук А.М. Інтеграція України до європейського ринку пляжного туризму в умовах військових обмежень	33
Устік Т.В. Цифровий маркетинг у метавесвіті: нові стратегії та тренди	35

Секція 1. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ

Arbidane I., Odarchenko D., Synytsyna H., Sorokina S. Learning from Latvia's experience of implementing the european green deal in the post-war recovery of Ukraine	39
Devadze A., Beridze Z. Agricultural tourism and high mountainous Adjara – challenges and prospects	41
Hu Guan hao, Bielიაieva O. Agricultural innovation and sustainable development: the impact of new technologies on agricultural production efficiency	43
Veliyev E., Velieva V. The latest information technologies in the management of the enterprise's business processes	44
Антощенкова В.В., Білий А.С. Інноваційні технології в сільському господарстві як засіб запобігання загрозам	46

Бабан Т.О., Яковенко А.В. Технічні інновації в побудові сучасної моделі аграрного сектору України	48
Білоусько Т.Ю., Сукачова С.М. Інформаційні технології в агробізнесі	50
Бірченко Н.О. Трансформація торгівлі: використання електронної комерції та цифрових платформ	52
Велісва В.О., Дербишов Н.В. Бухгалтерський баланс: його зміст і будова	54
Велісва В.О., Курасевич О.В. Документообіг та його організація	56
Велісва В.О., Хомич А. Особливості будови бухгалтерського балансу	58
Велісва В.О., Цветкова М.А. Суть і призначення синтетичних, аналітичних рахунків і субрахунків	60
Гацько А.Ф., Бова А. Агрпромисловість і принципи сталого розвитку: інновації для майбутнього	62
Гіржева О.М. Управління змінами в інноваційному підприємстві	64
Гуштан Т.В., Деяк Б.Т. Стартапи та їх вплив на економічний розвиток регіонів	66
Калінова Д.О. Методичні підходи до визначення прибутковості підприємства	68
Карбівнича Т.В., Меглинський Л.В. Мерчандайзинг в інтернет-магазині	70
Михалко Д.С. Інноваційні технології та ідеї: вплив на підприємства індустрії готельно-ресторанного бізнесу	72
Міненко С.І., Захаров І.Ю. Використання блокчейн-рішень для забезпечення прозорості агробізнесу та ланцюгів поставок	74
Міненко С.І., Кличков Д.Д. Інтеграція соціально відповідальних практик у стратегію сталого розвитку підприємства	76
Міненко С.І., Потапенко С.О. Механізми консалтингової підтримки розвитку стартапів в аграрній сфері	78
Носова Н.І. Упровадження інновацій в агропромисловому секторі України: проблеми та перспективи	80
Онегіна В.М., Васильсва О.В. Інноваційні методи в управлінні земельними ресурсами	82
Павлишин М.Л., Борецька А.І., Сорока І.Р. Актуалізація питань методології розробки стратегії розвитку агропідприємств	84

Пащенко Ю.В. Основні підходи до оцінки рівня розвитку людського капіталу	87
Семів С.Р., Лега О.С. Економічна оцінка впливу сталого розвитку ринку автомобільного пального на малий та середній бізнес в агросфері	89
Тарабанов О.Ю., Дмитрів Є.Є., Велісва В.О. Види господарського обліку, їх характеристика	92
Татар Л.В., Кудряшов А.І., Голієнко В.О. Овочі майбутнього та екологічно чисті технології вирощування	94
Тімченко О.Д., Баламут Г.С. Економетричні дослідження в системі управління персоналом	96
Ткаченко С.Є., Гончарова Д.Д. Інструменти стимулювання інновацій у сфері засобів захисту рослин	98
Ткаченко С.Є. Сучасне інноваційне підприємництво в аграрному бізнесі України: виклики та можливості в умовах війни	100
Хлопоніна-Гнатенко О.І., Логвіненко Є.В. Роль інновацій у розвитку сільськогосподарських кооперативів	102
Хлопоніна-Гнатенко О.І., Кривомлинов О.О. Розвиток конкурентоспроможності торговельних центрів	104
Хлопоніна-Гнатенко О.І., Нгуєн Хай Лонг. Інновації в підприємстві: шлях до успіху	106

Секція 2. СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Bieliaieva O., Zhang Zirao. The key impact of management decisions on enterprise development: taking Apple inc. as an example	109
Grabania J. The issue of the creation of adults-only hotels and restaurants in the tourism industry marketing	111
Hadrian P. Rola opakowań w kreowaniu wizerunku marek na rynku wód do picia	112
He Lichao, Bielიაieva O. The challenge and opportunity of modern marketing transformation	115
Liu Chaoqun, Bielიაieva O. The management of network marketing under the background of internet+: a case study of TCL group	116
Pan Yueheng, Bielიაieva O. Modern marketing transformation of Xiaomi new energy vehicles	118

Savvytska N., Malak-Rawlikowska A. Food chain traceability: need and implementation factors	120
Shmatok M. Digital marketing for small business: how to effectively use online platforms to grow your brand	122
Surówka Anna. Wyzwania w procesie personifikacji marki	124
Yuanxiaqing, Bieliaieva O. Exploring and practicing the challenges and opportunities of modern marketing transformation	126
Zhou Tingting, Bieliaieva O. Research on the digital transformation of marketing for small and medium sized enterprises in the digital economy	128
Анікєєва С.О., Муштай В.А. Особливості впливу реклами на діяльність підприємства в сучасних умовах	132
Алексєєв І.Р. Специфіка маркетингової діяльності підприємства на ринку сільськогосподарської техніки	133
Афанасьєва О.П. Цільова аудиторія як основа формування контент-стратегії в SMM	135
Бабика В.О. Маркетингові технології формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства	137
Базан О.С., Дудар В.Т. Напрями використання ШІ в емейл-маркетингу	139
Батюх О.П., Михайлова П.О., Клоченко В.М. Маркетингові інструменти формування конкурентних переваг для забезпечення стійкості бізнесу	140
Бенчук С.О. Екологічний маркетинг як інструмент формування конкурентних переваг вітчизняних виробників цементу	142
Білокур Р.С. Клієнтський сервіс в аграрному бізнесі: ключ до успішного маркетингу	144
Бойчук І.В. Можливості банерної реклами в маркетингу підприємств торгівлі	146
Борисова Т.М. Тренди використання ШІ в маркетингу у 2025 році	148
Бородай Д.А. Оцінка ключових показників маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємства	150
Бринзело Д.О., Козубай І.В. Роль іноземних мов у формуванні стратегії розвитку інтелектуального потенціалу в управлінні національним господарством	151
Бубенець І.Г., Жигadlo А.С. Переваги впровадження інструментів інтернет-маркетингу у сфері послуг	153

Бубенець І.Г., Сагайдак Д.В. Сучасний стан та перспективи розвитку рекламного ринку в Україні	155
Бубенець І.Г., Христенко С.С. Вплив держави на маркетингове ціноутворення підприємства	157
Будзинський В.В. Особливості застосування маркетингових комунікацій на аграрних підприємствах	159
Веселий І.В. Оптимізація товарного асортименту як ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	161
Видай Д.В. Сучасні трансформації маркетингу: виклики та можливості	163
Гавриленко К.А. Цифрова трансформація маркетингу в епоху Big Data та штучного інтелекту	165
Гуржій Н.М., Папієва К.В. Сучасні тренди в активностях рекламно-комунікаційної діяльності продуктового ритейлу	167
Гуштан Т.В., Гайданка А.М. Стратегії маркетингу для малих підприємств	169
Давиденко В.В. Інноваційний розвиток аграрного підприємства як передумова його стійкості	171
Дейнега О.В., Андрощук М.О., Побережний А.А. ІТ у маркетингу стартапів	173
Дейнега І.О., Чубінська О.І. Диджиталізація маркетингу як складова успішної діяльності сучасних підприємств	175
Жегус О.В. Еволюція маркетингу як філософії бізнесу: від клієнтоорієнтованості до людиноцентричності	177
Зайцева О.І., Зайцев І.О. Управління просуванням товарів і послуг на маркетплейсах	179
Кальченко К.Р. Маркетингові тренди формування конкурентоспроможності підприємств у сфері гостинності	181
Каркушка О.О. Бренд-стратегії підприємств роздрібно́ї торгівлі	183
Карпов П.П. Інструментарій управління логістикою торговельних підприємств	185
Кіріченко А.Р. Цифрова трансформація маркетингу як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства	187
Кобзенко В.С. Принципи організації маркетингу на промисловому підприємстві	189
Коломієць Ю.В. Лояльність споживачів на ринку органічної продукції в умовах сучасних викликів	191
Кордзая Н.Р. Що таке мобільний маркетинг?	193

Коренев К.М. Маркетингове управління логістичними процесами на підприємствах аграрної сфери	195
Коротков І.М. ESG-стратегія як інструмент покращення іміджу аграрного підприємства	197
Котенко Б.І. Обслуговування клієнтів як об'єкт маркетингового управління	199
Крайня Л.О., Онегіна В.М. Особливості застосування штучного інтелекту в маркетингу	201
Лаврик І.В. Концепція маркетингового управління якістю обслуговування клієнтів страхової компанії	203
Ларіна Я.С., Савчук Є.Р. Маркетингові комунікації виробничого підприємства в умовах цифровізації	205
Липовий Д.В. Маркетингові прийоми в ресторанному бізнесі	207
Лищенко М.О., Жук Р.І. Особливості управління збутом аграрного підприємства з орієнтацією на потреби ринку	209
Макєєв О.С. Споживча одиниця як базовий елемент товарного асортименту в мережах роздрібної торгівлі	211
Масік В.С. Використання цифрового маркетингу для формування лояльності споживачів	213
Магузка О.В., Мороз І.О. Теоретичні основи планування маркетингової стратегії розвитку підприємства	215
Мельник О.І. Сучасні трансформації маркетингу: виклики та можливості	217
Мельник Р.В. Маркетингова привабливість міжнародних ринків підприємств аграрного бізнесу	221
Михайлова-Сопя С.Є., Гонтар Р.В., Нетреба С.М. Маркетингові інструменти управління клієнтським досвідом	223
Мігяєва Т.Л., Прядко О.М. Сучасні тенденції маркетингу: виклики та можливості	225
Мусієнко В.І. Застосування штучного інтелекту для прогнозування попиту та поведінки клієнтів	227
Нечипоренко В.В., Котельницька М.А. Якість обслуговування клієнтів органами державної влади України як об'єкт маркетингового управління	229
Олександренко А.С. Маркетингові тренди у просуванні закладів індустрії гостинності	231
Панченко Ю.В. Створення емоційного зв'язку зі споживачами: нові виклики маркетингу відносин	233
Пахуча Е.В. UGC-контент як драйвер довіри та лояльності споживачів на ринку органічної продукції	235

Приймак Н.С., Коржук П.А. Стратегічний маркетинг сьогодення	237
Прядко О.М., Олініченко К.С., Пахуча Е.В. Сталі комунікації Державного біотехнологічного університету в соціальних мережах	239
Прядко О.М., Скрипак М.В., Харченко В.І. Ключові аспекти формування маркетингової стратегії в умовах цифрового ринку	241
Райко Д.В., Паймаш Г.В., Кролівець І.В. Інклюзивний маркетинг як інструмент розвитку потенціалу людей з особливими потребами: нові можливості та виклики	244
Семенюк С.Б., Якимишин Л.Я. Основні технології автоматизації маркетингу	246
Синиця А.Д. Вплив макроекономічних процесів на управління ціновою політикою підприємств	248
Сनियाговська А.А. Лояльність клієнтів як об'єкт маркетингового управління	250
Сінаюк О.Ю. Проблема обмеженості інструментарію маркетингових досліджень в умовах війни	252
Слюсарева Л.В. Щодо ролі стратегій у формуванні системи управління товарною політикою підприємства в умовах трансформації маркетингу	254
Слюсарева Л.В., Компанієць В.І. Щодо ролі маркетингової стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств у розвитку малого та середнього бізнесу	256
Сороколіт О.М. Характеристика сучасних маркетингових інструментів для бренду «зеленого» агробізнесу	258
Степановський В.Ю. Особливості формування маркетингової стратегії просування торгового підприємства	260
Суська Р., Борисова Т.М. Ризики використання ШІ в маркетингу	262
Тарасов І.Ю., С'єдін І.В. Асортиментна політика як складова управління маркетингом у діяльності підприємства	264
Тарасов І.Ю., Якубенко С.Д. Маркетингові перспективи підприємств борошномельної галузі регіону	266
Тимошенко В.О. Концептуальні підходи до інтегрованого управління матеріальними потоками в процесі збуту продукції	268
Тімченко О.Д., Сукачова С.М. Застосування економетричних методів у бізнес-плануванні	270

Турчина А.Д. Методичні принципи формування маркетингового комплексу підприємства	272
Ус Ю.А., Піратинський В.С. Етапи формування маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємства	274
Федорченко А.В. Сучасні цифрові технології та їх вплив на зміну традиційних функцій маркетингологів	277
Хамініч С.Ю., Полякова С.В. Сучасні трансформації маркетингу в умовах глобалізаційних викликів	282
Хрупович С.Є., Білик О.В. Законодавство Європейського Союзу щодо використання технології штучного інтелекту	284
Хрупович С.Є., Окотруб Д.В. Прикладні дослідження етики штучного інтелекту в маркетингу	285
Чайка М.О., Криворот В.М. Складові управління конкурентним розвитком аграрних підприємств	287
Шумкова О.В. Інновації у формуванні товарного асортименту: тренди та виклики	289
Щеглова А.В., Шумкова В.І. Управління збутом продукції аграрних підприємств у системі взаємовідносин із суб'єктами підприємницької діяльності	291
Юрченко К.О. Аналіз методів стимулювання лояльності клієнтів у малому бізнесі: огляд ефективних стратегій	293
Якубовська Н.В., Марценюк В.В., Рубель В.М. Цифрові трансформації в логістиці та їх вплив на товарну політику в маркетингу	295
Янковець Т.М. Імерсійний досвід клієнтів підприємств торгівлі в економіці вражень	296
Янковська Г.В. Особливості формування іміджу готельного підприємства	298

Секція 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Danylenko V. The interwoven paths of economic integration and tourism growth	302
Danylenko V., Gromova D. Tourism's role in cross-cultural respect and global resilience	303
Lysa N., Danylenko V. Bridging ecology and innovation in a globalized tourism landscape	304
Агєєва І.В. Вплив кризових явищ на туристичну діяльність України	306

Акмен В.О., Сорокіна С.В., Пенкіна Н.М. Дослідження нових тенденцій розвитку туристичних напрямків	310
Андренко І.Б. Концепція Connected Room	312
Андренко І.Б., Ясинська А.О. Інтеграція послуг астролога в готельний бізнес	314
Бєлєвцова А.О., Омельченко Г.Ю. Виклики та перспективи оздоровчого туризму в Україні	316
Бондаренко Т., Мерчанський В.В. Фактори невизначеності на туристичному ринку	318
Бочан І.О. Місце і роль туристичних послуг у системі економічного розвитку країни	320
Гонта О.І. Європейські практики індустрії MICE: досвід для України	322
Грібнік А.В. Вплив глобалізації та євроінтеграції на вітчизняну туристичну галузь	324
Древаль Д., Мерчанський В.В. Інноваційні технології маркетингу в туризмі	326
Єпик Л.І., Козирь К.А. Аналіз культурно-мистецьких фестивалів Сумської області	328
Єпик Л.І., Авершина Д.С. Сучасні тенденції та тренди в туристичній діяльності	329
Єпик Л.І., Войтенко І.О. Культурно-пізнавальний туризм: сучасний стан і перспективи	331
Єпик Л.І., Петренко Н.М. Історичне краєзнавство в туристичній діяльності	333
Єпик Л.І., Набієва Д.В. Сучасні напрямки рекреаційного туризму в Україні	335
Єпик Л.І., Скрипка А.В. Регіональний етногастрономічний туризм України	337
Животенко В.О., Богдан Я.С. Основні аспекти реалізації соціально-економічної політики в туристичній сфері	338
Каленська Г.О., Омельченко Г.Ю. Патріотичний туризм: чому українці обирають подорожі місцями історії та героїзму	340
Коваленко О.В. Розвиток інноваційних технологій у туристській діяльності	343
Кущенко М.С. Цифровізація в розвитку туризму	345
Ликов В., Мерчанський В.В. Спеціальні стратегії розвитку туризму	347
Ловкайтес В.С. Нові можливості стратегічного менеджменту в туризмі в контексті цифрової трансформації	349

Малярчук Н.Г., Носирев О.О. Соціальний туризм як інструмент державної соціальної політики	351
Медведєв І.А. Сучасні тенденції розвитку сільського туризму (на прикладі Тростянецької ОТГ Сумської області)	353
Мерчанська М.В. Фактори конкурентоспроможності туристичних дестинацій	355
Мерчанський В.В., Гребінюк В. Туристичні кластери: сутність і перспективи	357
Микитин Т.М., Волос І.В. Ринкові підходи до встановлення цін у туризмі	359
Мироненко А., Омельченко Г.Ю. Вплив війни на розвиток wellness-індустрії в Україні	361
Нестеренко Б.С. Національні природні парки як основа екотуризму в Україні	363
Носирев О.О., Коваль К.А., Пуятіна С.Б. Використання системи бронювання GTO в туристичному бізнесі	365
Омельченко Г.Ю., Холодок В.Д. Сучасні виклики українського туризму: адаптація під нові умови та пошук безпечних маршрутів	367
Омельченко Г.Ю. Психологія інсентив-туризму: чому подорожі мотивують працівників	370
Пуліна В.І. Етика культурного запозичення в туризмі в умовах глобалізації	373
Свид Б., Омельченко Г.Ю. Сутність і значення сталого розвитку для туристичних дестинацій	375
Сорокіна С.В., Акмен В.О., Летута Т.М. Діяльність туристичної галузі України протягом воєнних дій у 2022–2024 роках	377
Струк Є.Р., Омельченко Г.Ю. Упровадження екологічних стандартів у готельній індустрії	380
Тимошук О.О., Омельченко Г.Ю. Мобільні платформи для бронювання та управління подорожами: сучасний стан і перспективи	382
Ханас У., Ткачук Т. Естетика ландшафту території як важливий чинник успіху рекреаційного підприємства	386
Харчевнікова Л.С., Грібіник А.В. Особливості забезпечення інноваційних стратегій на підприємствах туристичної сфери	390
Харчевнікова Л.С. Важливість адаптації нового персоналу туристичної фірми: використання онбордінгу та бадінгу	393
Харчевнікова Л.С., Зайцева Н.О. Дослідження методів управління маркетингом на підприємствах індустрії туризму	396

Худавердієва В.А., Галауз А.О., Шенкар'єв В.Ю. Особливості розвитку стійкого туризму на охоронюваних природних територіях	399
Худавердієва В.А., Льонець А.Р., Шустер В.Ю. Охоронювані території, біологічна різноманітність і охорона навколишнього середовища як фактори розвитку стійкого туризму	401
Худавердієва В.А., Шевченко В.М., Кузнєцова О.І. Світові тенденції, що впливають на планування туризму на природних територіях, що охороняються	404
Шаравін І.В. Вплив соціальних мереж на індустрію туризму	407
Шило Д., Омельченко Г.Ю. Про диджиталізацію туристичних послуг	409

Секція 4. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Nasibov A., Bakirov M. Factors of negative impact on the development of the hospitality industry and recommendations for overcoming them	413
Tezcan E., Polupan V., Kolesnyk V. Improvement of business processes of the hotel enterprise	415
Tomalia T., Blazhkun S. Key problems of training HORECA specialists	416
Акмен В.О., Полупан В.В., Вовк М.А. Актуальність удосконалення діяльності підприємств готельно-ресторанної індустрії	418
Акмен В.О., Сорокіна С.В., Вовк М.А. Розвиток та взаємодія готельно-ресторанного бізнесу та туризму в Україні	419
Ангошкова Н.А. Сайт готелю як digital-інструмент ефективного просування закладу	421
Бєлушкіна І.В., Червоний В.М. Концептуальні рішення ресторану-бару для автолюбителів	423
Горєлков Д.В., Нагорна Д.А. Напрямки розвитку закладів ресторанної індустрії рівня ресторану класу «люкс»	425
Горєлков Д.В., Синиця Д.Є. Перспективи розвитку закладів швидкого харчування	426
Гриценко О.А., Червоний В.М. Актуальність поєднання концепцій «кав'ярня» та «квіткарня»	427

Гуштан Т.В., Королович М.Я. Маркетингові стратегії розвитку підприємств гостинності в умовах воєнного стану та євроінтеграції	429
Гуштан Т.В., Корсак Р.В. Управління людськими ресурсами в готельно-ресторанному бізнесі в умовах євроінтеграції	431
Каленік К.В., Сізов М.О. Особливості розробки концепції розвитку для підприємств готельно-ресторанного бізнесу	433
Каленік К.В., Орлова Є.С. Патісерія як інноваційний напрямок розвитку підприємств гостинності	435
Карбівнича Т.В., Загнойко Б.Р. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства готельного господарства	436
Карбівнича Т.В., Піскун К.С. Інтеграція нових технологій у готельно-ресторанний бізнес: світові тенденції	438
Карбівнича Т.В., Стренадко В.Р. Шляхи вдосконалення системи надання послуг у закладах готельно-ресторанного господарства	440
Кирилюк О.М. Стратегічні напрямки для стратегічного потенціалу готельно-ресторанного бізнесу України	442
Колесник В.В., Полупан В.В., Пенкін А.К. Наукове обґрунтування вибору методу менеджменту якості для підвищення конкурентоспроможності підприємства	444
Корсак Р.В., Січка І.І. Проблеми страхування в готельно-ресторанному бізнесі	445
Корсак Р.В. Сучасні тенденції підготовки фахівців у міжнародній готельній індустрії	447
Корсак Р.В., Годя І.М. Сучасні стратегії маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі	449
Корсак Р.В., Гуштан Т.В. Крос-культурний менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі	451
Корсак Р.В., Попик М.М. Актуальні проблеми менеджменту в міжнародній готельній індустрії	453
Корсак Р.В., Світлинець О.В. Вплив цифровізації на міжнародну готельну індустрію	455
Легута Т.М., Татар Л.В., Костенко В.І. Управління конкурентоздатністю підприємств готельного бізнесу	457
Легута Т.М., Татар Л.В., Кудряшов А.І. Екологічний тренд як фактор підвищення конкурентоздатності об'єктів розміщення	459

Липова Ю.Ю., Губар К.В. Перспективи просування готельного продукту через співпрацю з інфлюенсерами	461
Липовий Д.В., Коваленко В.О. Гейміфікація в готельному бізнесі	463
Липовий Д.В., Рибальченко М.Д. Роль дизайну інтер'єру й атмосфери у створенні готельного бренду	465
Носирєв О.О. Програмне забезпечення Poster у підготовці фахівців індустрії гостинності	467
Носирєв О.О., Загребенєв Д.В. Servio hotel в управлінні готельним бізнесом	469
Носирєв О.О., Мастепанова Є.О., Комісарова Я.О. Pos-система Poster у діяльності підприємств ресторанного бізнесу	471
Овсянников Д.П. Методологія оцінки потенціалу символів у туризмі для стратегій розвитку готельно-ресторанного бізнесу	473
Оглобліна О.О., Борсуков І.Р., Сорокіна С.В., Акмен В.О. Релокація діяльності сфери гостинності під час воєнного стану в Україні	475
Паньків М.М. Соціальні технології у формуванні іміджу готельного підприємства	477
Поляшенко Є.Г., Щербанос Є.Т., Сорокіна С.В., Акмен В.О. Сучасні стратегії розвитку сервісної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного господарства	479
Прилепа Н.В., Лісовик Д.А. Організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу	481
Скирда О.Є., Мегик Ю.В. Удосконалення якості обслуговування в ресторанах японської кухні шляхом адаптації до потреб клієнтів	483
Скирда О.Є., Шеремет С.С. Концепція розвитку готельного бізнесу в Україні	485
Скриннік В.І., Каленік К.В. Перспективи повоєнного функціонування готельно-ресторанного господарства в Україні	487
Сорокіна В.П., Костенко О.Г., Мануйлова А.В. Архологія в будівництві готельно-ресторанних комплексів у повоєнному відновленні України	489
Сподар К.В., Третьяк О.Ю. Деякі аспекти дослідження актуальності організації інноваційної діяльності в готельно-ресторанній сфері	491
Сподар К.В., Хмаров М.Ю. Дослідження актуальності вдосконалення організації праці та рівня якості обслуговування відвідувачів підприємств готельного типу	492

Татар Л.В., Одарченко Д.М., Беловол О.І. Інноваційні розробки та сучасні тенденції готельно-ресторанного бізнесу	493
Черевична Н.І., Сребнюк К.С. Види інновацій у готельному бізнесі України	495

Секція 5. ЯКІСТЬ І БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ І НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ, ЕКСПЕРТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Акмен В.О., Сорокіна С.В., Більчук О.С., Комагурова Д. Дослідження тенденцій споживання приправ і прянощів	498
Акмен В.О., Сорокіна С.В., Меглинський Л.В. Динаміка вартості й використання цементу в Україні	500
Брежнєва В.О. Аналіз якості й безпеки на ринку дитячих іграшок України	502
Вербицький С.Б., Рябініна Н.О., Пацера Н.М. «Грибне м'ясо» – шляхи та перспективи розвитку	504
Гончарова Д.Д., Мещеряков В.С., Дервянко І.О. Удосконалення технології виробництва зерна пивоварних сортів ячменю ярого	506
Гуштан Т.В., Римарчук А.І. Вплив системи НАССР на підприємницьку діяльність	508
Дорохович В.В., Грицевіч М.Ю. Низькобілкове печиво: особливості рецептури	510
Карбівнича Т.В., Репринцев М.Р. Використання нетрадиційної овочевої сировини у виробництві кисломолочних напоїв	511
Колесник В.В., Полупан В.В., Буштаков І.С. Актуальність розробки технології макаронних виробів підвищеної харчової цінності з використанням вторинної сировини	513
Кравченко Ю.М. Упровадження системи НАССР якості й безпечності харчових продуктів на підприємствах	514
Курепін В.М. Стратегічні пріоритети у сфері безпеки харчових продуктів	516
Легута Т.М., Татар Л.В., Омельченко С.С. Поняття якості продукції	518
Легута Т.М., Татар Л.В., Кудряшов А.І. Технології зберігання плодів ягідних культур	520
Лотарєва Д.В. Безпека продуктів харчування в мінливому світі: пріоритет для охорони здоров'я	522
Любчиков Р.Є. Вміст ліпідів в організмі коропа за вмісту мікотоксину Т2 в комбікормах	524

Мамченко Л.С., Скирда О.Є. Дослідження розширення асортименту напоїв в закладах ресторанного господарства	526
Матюшко С.М. Вміст білків у тканинах коропа за наявності в кормах мікотоксину Т2	528
Пенкіна Н.М., Колесник В.В., Веретенніков О.В. Наукове обґрунтування та розробка інноваційних технологій підвищення якості коньячних спиртів та коньяків	530
Пенкіна Н.М., Полупан В.В., Веретенніков О.В. Наукове обґрунтування нових технологічних рішень використання молочної сироватки в алкогольних напоях	531
Полотнянко Л.В. Актуальність контролю вмісту мікотоксину Т2 у тканинах коропа	532
Полупан В.В., Колесник В.В., Самохіна А.Є. Особливості розвитку ринку, імпорту, експорту паперових виробів санітарно-гігієнічного призначення	534
Сорокіна С.В. Захист прав споживачів під час воєнного стану в Україні	536
Сорокіна С.В., Омельченко Г.Ю. Результативність просування послуг туристичного агентства в цифровому середовищі	538
Сорокіна С.В., Одарченко Д.М., Кудряшов А.І. Особливості діяльності митних органів під час воєнного стану в Україні	540
Татар Л.В., Летуга Т.М., Репешко К.С. Нові види товарної обробки та інноваційні методи пакування плодів та овочів	542
Цивірко І.Л., Парилівський О.І. Харчова та біологічна цінність конини	544
Черевична Н.І., Сова С.В. Біле вино: якість і безпечність, користь і шкода	546
Шубіна Л.Ю. Харчування для довголіття	548
Юдічева О.П. Вивчення переваг і недоліків пакувальних матеріалів і тари з волокон цукрової тростини	550

context of innovative marketing of domestic enterprises. *Problems of systemic approach in the economy*. 2019. № 2(70). URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-45> (дата звернення: 24.10.2024).

2. Панаско О., Микитенко Н. Програми лояльності покупців на підприємстві торгівлі: теоретичний та практичний ракурси. *Молодий вчений*. 2022. № 1(101). С. 233–241.

3. Пилипенко О. С. Стратегічні переваги впровадження програм лояльності щодо підвищення рентабельності маркетингових інвестицій вітчизняних підприємств. *Економічний простір*. 2021. Вип. 170. С. 43–48.

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЛОГІСТИЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТОВАРНУ ПОЛІТИКУ В МАРКЕТИНГУ

Якубовська Н.В., канд. екон. наук, доц.

Марценюк В.В., викл.

Рубель В.М., асп.

Рівненський державний гуманітарний університет,
м. Рівне, Україна

Сучасне середовище маркетингу характеризується активним оцифровуванням всіх його складових: і «товар», і «ціна», і «місце», і «просування». Так, наприклад, для маркетингової товарної політики притаманне те, що значна кількість ринків, і споживчих (так званий сегмент B2C), і промислових (B2B) інтенсивно оцифровуються, причому різними темпами: в сегменті B2B дещо повільніше ніж в сегменті B2C.

У маркетингу логістика є невід'ємною складовою і оцифровується своїми темпами, це і великі інфраструктурні інституції (морські порти, аеропорти, складські приміщення), і оперативна логістика (автомобільний транспорт, морський транспорт, повітряний транспорт, а також кур'єрська, експрес-доставка та доставка посилок), і логістичні послуги та консультації.

Так, цифрова трансформація морських портів і аеропортів відбувається повільніше, ніж в інших сферах логістики; у автомобільних вантажних перевезеннях – швидше; у сфері морських вантажних перевезень судноплавні компанії обережно сприймають цифрову трансформацію; у авіаційних вантажних перевезеннях підключення перевізників відстає навіть від океанських перевізників.

Інтеграція цифрових технологій актуалізувала ряд викликів для логістичних компаній, а саме: збір, зберігання та обробка даних; безпека даних і відсутність стандартів (стандарти та норми безпеки також є умовою досягнення великої кількості мережевих партнерів); відсутність цифрової стратегії.

Для вітчизняних реалій логістичної індустрії притаманним є те, що активно використовуються такі технології як Big Data, хмарні обчислення, штучний інтелект, сенсорні датчики, 3D-друк, автоматизовані системи складського господарства, CRM та ERP-системи.

Таким чином, в маркетинговій товарній політиці актуалізується аспект гармонізації в часі процесів оцифровування товару і його логістичного сервісу, дана проблематика має стати об'єктом подальших наукових досліджень.

ІМЕРСІЙНИЙ ДОСВІД КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В ЕКОНОМІЦІ ВРАЖЕНЬ

Янковець Т.М., канд екон. наук, доц.
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

Глобалізація, урбанізація, стрімке поширення цифрових технологій призвели до зростання конкуренції, що змушує підприємців шукати нові шляхи підвищення прибутковості. Підвищення добробуту людей в умовах формування та розвитку цифрового середовища обумовлює відкриття нових можливостей у сфері надання різноманітних вражень, що спричинило становлення економіки вражень, як нової теорії соціально-економічного розвитку суспільства.

Зміна поведінки споживачів вимагає від підприємств адаптувати існуючі та створювати нові бізнес-моделі з урахуванням нових патернів поведінки на цифровому шляху споживача та завищених очікувань клієнтів від ціннісних пропозицій підприємств торгівлі та брендів. Нові умови цифрового середовища обумовили трансформацію маркетингу з традиційного на цифровий, що передбачає впровадження у діяльність підприємств інноваційних стратегій, методів та інструментів цифрового маркетингу для формування позитивного імерсійного досвіду клієнтів на основі вражень. Особливістю економіки вражень є прояв особистості людини з її потребами та цінностями. Враження для кожної людини є дуже особистими та можуть по-різному сприйматися, що спричиняє